Fiche de poste

Rémi Van Rossem
remi.vanrossem@wanadoo.fr

Nom LOMBARD Constance

Poste Responsable des relations publiques

Société **Musée du Louvre** ; 34 quai du Louvre 75 001 PARIS
01 40 20 50 50 / www.louvre.fr

Le métier Chargé Mécénat d'entreprises

« Rien ne remplace le contact personnel ».

C.LOMBARD

La société, le secteur

La société

- Informations générales :

La société est le *Musée du Louvre*, célèbre musée Parisien crée en 1699.
- La superficie totale de cette structure est de **160 000 m2** dont **60 620 m2** pour les expositions permanentes.
- Le nombre d'œuvres exposées est de **30 000**.

- Composition des revenus du Musée :

- D'une part les revenus issus des subventions nationales, soit **60 %** du budget total.
- D'autre part, la capacité d'autofinancement du musée, composée de la billetterie, du mécénat et enfin de la location d'espaces aux entreprises.

L'argent récolté, sert principalement à acquérir de nouvelles œuvres, rénover ou aménager des salles et lieux d'expositions.

- Le mécénat au Louvre :

Le service Mécénat du Musée du Louvre se compose d'une **quinzaine de personnes** réparties en deux services distincts : Mécénat d'entreprises et Mécénat des particuliers.
Le service mécénat d'entreprise est un service complètement **autonome**, divisé en trois « micro - services » selon la nationalité de l'interlocuteur (France, Etats-Unis et Japon), celui-ci possède par ailleurs ses propres moyens de communication : plaquettes informatives, événementiels spécifiques et une large partie du site Internet qui lui est consacrée, depuis juin 2005.

Le secteur

Le secteur auquel appartiennent les musées est un secteur relativement **spécifique** qui touche une multitude de domaines : l'art, le tourisme, la culture…
Aujourd'hui, les musées nationaux et internationaux sont confrontés à de nombreuses problématiques et notamment celle de la rentabilité, d'où la nécessité de trouver des investisseurs et donateurs afin de conserver les structures en parfait état mais également afin de proposer régulièrement des nouveautés.

Pour faire face à cette difficulté, **la loi du 1er août 2003** a considérablement aidé les musées Français à trouver des fonds afin de financer leurs projets, en effet depuis cette date, les entreprises bénéficient d'une réduction à hauteur de 60 % sur l'impôt sur les sociétés, dans la limite de 5/1000 de leur chiffre d'affaires.
Aujourd'hui le mécénat est largement développé d'une part par les **associations caritatives et humanitaires** mais également par les « **structures culturelles** ». D'après l'interviewée, le « concurrent direct »du musée du Louvre est l'Opéra National de Paris mais également les autres musées nationaux et internationaux.

Quelques chiffres (l'industrie, fourchettes de salaire, etc...)

- Le Musée du Louvre en quelques chiffres :

- Le *Musée du Louvre* est le musée le plus fréquenté dans le monde avec **7 millions** de visiteurs chaque année, devant *Le Métropolitan* de New York ainsi que le Musée National de Londres.
- Le budget global de fonctionnement du Musée du Louvre s'élève à **165 millions d'euros.**

• Le mécénat au Louvre en 2004 en quelques chiffres :

- Le mécénat représente environ 12 % des revenus du Musée, soit environ 17 millions d'euros.
- Le plus gros mécène en 2004 était la société **AXA** avec 9 786 332 d'euros.
- De 2003 à 2004, les versements de la part des mécènes ont augmenté de **321 %.**

• Le mécénat en France et dans le monde en quelques chiffres :

- Aux Etats-Unis, le mécénat culturel représente 10 milliards d'euros, soit 2,1 % du PIB, contrairement en France où il représente prés de 900 millions d'euros soit environ 0,30 % du PIB.
- Depuis la loi du 1er juillet 2003, le mécénat observe une **évolution constante** à trois chiffres.

Le métier

La première composante de ce métier est de réaliser un **projet personnalisé** pour chaque entreprise, c'est-à-dire d'élaborer un projet sur mesure avant de démarcher celle-ci.
Le métier de chargé de mécénat consiste ensuite à démarcher des entreprises nationales et internationales afin qu'elles subventionnent le Musée et qu'elles « achètent » le projet préalablement élaboré. Une bonne partie du métier est par ailleurs basé sur **les relations publiques**, il faut en effet créer, développer et entretenir un réseau avec des « personnes clés » au sein des structures.
Selon C.LOMBARD "*le métier est globalement un compromis entre un commercial et un diplomate"*.

Un jour dans la vie de...

Le jour (la période) où la loi du 1er juillet 2003 est entrée en vigueur, le métier de chargé de mécénat a quelque peu "changé", en effet, c'est à partir de ce moment que les entreprises Françaises ont concrètement constaté les multiples bénéfices d'un don. (Bénéfices en terme d'image, bénéfices financiers…).

Profil type

D'après C.LOMBARD, il est indispensable d'avoir un **double profil**, d'une part un parcours relativement basé sur le **Commerce / Marketing** et d'autre part un **profil littéraire** et donc une bonne connaissance du milieu artistique. De ce fait, la quasi-totalité des salariés du service mécénat du Musée du Louvre sont diplômés d'HEC et diplômés en Histoire de l'art.
Au niveau des traits de personnalité et des qualités à développer, le chargé de mécénat doit être **rigoureux, méticuleux et avoir une bonne aisance rédactionnelle**.
Enfin, la plupart des personnes du service parlent couramment deux langues, très souvent le français et l'anglais.

Quelques conseils si vous êtes intéressés par ce métier

Avoir une grosse expérience dans le commercial est primordial, tout comme s'intéresser au milieu de **l'art** et à **l'actualité**, il est par ailleurs recommandé de travailler préalablement au sein de services relations publiques de grandes entreprises afin d'être en contact avec des clients très haut de gamme, ayant des attentes très spécifiques.

Sources et liens utiles

• Dossiers / Articles :

Presse spécialisée Marketing / Communication

- FRECHES J. (2005), *Les marques doivent investir dans l'art,* Stratégies N° 1368.
- JDN Rédaction. (2005), *De l'art dans mon entreprise,* Journal du Net.

- GUTIERREZ I. (2002), *Unilever Betsfood France sur les traces de Mondrian,* Marketing Magazine N° 72.
- GUTIERREZ I. (2002), *Mécénat : Mode d'emploi,* Marketing Magazine N° 74.

Presse généraliste
- TRIOMPHE C E. (30 mars 2005), *Responsabilités sociales*, Le Monde Economie.
- LE BAIL A. (11 mars 2005), *Automécénat,* Le Monde.
- AZIMI A. (23 Octobre 2005), *Moins d'impôts grâce à l'art contemporain,* Le Monde Argent.
- MANCEAU JJ. (2003) *Mon entreprise à la fibre artistique,* L'Expansion.

• Livres :

- VALLEY T. (1997), *Les fondations et mécénat d'Entreprise*, Editions Delmas.
- EMSELLEM B. (2001), *Le capital corporate*, Editions d'organisations.
- DELSOL X. (2004), *Mécénat et parrainage*, Juris Editions. (Ouvrage centré sur les aspects juridiques et fiscaux du Mécénat et du parrainage).

• Sites internet :

- *www.fondation.org,* portail chargé de promouvoir le mécénat auprès des entreprises.
- *www.admical.org,* site spécialisé dans le mécénat d'entreprise.
- *www.socgen.com*, site institutionnel de la Société Générale dans lequel l'Entreprise développe ses projets sociaux et sociétaux notamment à travers des actions de mécénat.

• Evénements / Conférences :

- *Les jeudis du mécénat culturel,* conférences thématiques créent par le Ministère de la culture et de la communication. (Infos sur : *http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/donnedieu/jeudimecenat.html*)
- *Le salon des fondations et du mécénat,* ce salon est un salon professionnel ayant pour objectif principal de promouvoir le mécénat et de rapprocher les entreprises des fondations ou structures d'utilités publiques.